

Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan: Studi Literatur Tahun 2019-2023 di Indonesia = The Impact of Customer Relationship Management on Customer Loyalty: A Literature Review from 2019-2023 in Indonesia

Farrel Agastya Wibowo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920535535&lokasi=lokal>

Abstrak

Pentingnya memahami bagaimana praktik manajemen hubungan CRM berinteraksi dengan loyalitas pelanggan tidak dapat dianggap remeh saat ini dalam lingkungan bisnis yang terus berkembang. Dalam konteks Indonesia, yang mengalami peningkatan persaingan secara signifikan selama periode 2019 hingga 2023, laporan ini berfokus pada nuansa kontekstual yang beragam. Kajian ini didasarkan pada latar belakang ekosistem bisnis Indonesia yang unik, yang dicirikan oleh lingkungan perdagangan yang dinamis dan terdiversifikasi. Memahami faktor-faktor penting yang mempengaruhi loyalitas pelanggan harus menjadi hal yang penting dalam dunia bisnis yang kompetitif, di mana bisnis dihadapkan pada meningkatnya persaingan dan perubahan preferensi konsumen. Kajian ini bertujuan untuk mensintesis dan mensinergikan seluruh penelitian yang telah ada, sekaligus memberikan analisis mendetail mengenai dinamika antara praktik CRM dan loyalitas pelanggan di Indonesia selama periode 2019 hingga 2023 untuk mengungkap berbagai strategi, bentuk, dan model CRM yang muncul dalam menumbuhkan dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Studi ini dapat menjadi panduan yang berguna bagi perusahaan dalam kondisi yang terus berkembang ini, yang akan menjadi bekal pengetahuan yang diperlukan untuk membuat strategi CRM sukses dan membangun hubungan pelanggan yang langgeng dalam lingkungan pasar yang terus berubah.

.....

The importance of understanding how the CRM relationship management practices interact with customer loyalty cannot be underestimated today in an evolving business environment. In the context of Indonesia, which has seen a significant increase in competition over the period from 2019 to 2023, this report focuses on diverse contextual nuances. This enquiry is based on the unique background of Indonesia's business ecosystem, characterized by its dynamic and diversified trading environment. Understanding the key levers that influence customer loyalty must be paramount in a competitive world where businesses are faced with increasing competition and changing consumer preferences. This study is aimed at synthesizing and synergising all of the existing research and studies, together with providing a detailed analysis of the dynamics between CRM practices and customer loyalty in Indonesia over the period from 2019 to 2023, which will be able to reveal strategies that are likely to foster and maintain customer loyalty. This study could be a useful guide for companies in this evolving terrain, which would equip them with the knowledge required to make successful CRM strategies and establish lasting customer relationships in an ever changing market environment.